

ABSTRAK

Eli Jamilah. *Media Massa dalam Masyarakat Perkotaan (Studi Kualitatif Selektifitas Masyarakat Kompleks Margahayu Raya Kota Bandung dalam Memilih Media Massa)*

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) di Indonesia yang semakin pesat kini mengarah kepada konvergensi teknologi dan berdampak pada perubahan paradigma kehidupan masyarakat. Dilema masyarakat kini dihadapkan pada pilihan media massa yang akan mereka gunakan, yang sama-sama memiliki keunggulan-keunggulan tertentu. Mereka dapat memilih media konvensional seperti surat kabar, televisi dan radio atau mereka lebih memilih media *online*. Pengaruh media massa terasa sangat kuat, karena orang memperoleh banyak informasi. Namun khalayak yang heterogen, memiliki pilihan yang belum tentu sama, tergantung beberapa faktor dalam mengkonsumsi informasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui selektifitas masyarakat perkotaan dalam memilih media massa. Secara lebih rinci tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria masyarakat dalam memilih media massa, penggunaan media massa dan implikasi dari penggunaan media massa.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi penggunaan dan kepuasan atau teori *uses and gratification*. Teori ini memfokuskan perhatian pada audien sebagai konsumen media massa dan bukan pada pesan yang disampaikan. *Theory uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya dan lebih menekankan pada pendekatan manusiawi di dalam melihat media.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan alasan, penelitian ini bermaksud untuk membuat gambaran selektifitas masyarakat perkotaan dalam memilih media massa sehingga data yang peneliti peroleh dapat diakumulasikan dengan baik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selektifitas masyarakat perkotaan Kompleks Margahayu Raya Kota Bandung dalam memilih media dapat dilihat dari kriteria media massa yang mereka inginkan, antara lain *up to date* dalam penyampaian informasi dan medianya sesuai perkembangan zaman. Masyarakat lebih memilih media *online* dengan alasan kecepatan dan kemudahan dalam penggunaannya. Implikasi penggunaan media massa yang masyarakat rasakan yakni cepat dan mudah dalam mendapatkan informasi/ berita serta menambah wawasan.

Kata Kunci: Memilih Media, Masyarakat Perkotaan, Media *Online*